

*In dialoog met
mensen die*
**DE MARKT
ÉCHT SNAPPEN.**

ROBERT DE KLIJNE

Robert de Klijne vestigde zich eind 1993 als zelfstandig fotograaf. Hij sloot zich in 2006 aan bij Multicopy om zijn grafische dienstverlening aan klanten te verbreden. Met inmiddels twee vestigingen, in Bodegraven en Lansingerland, werd De Klijne in 2015 uitgeroepen tot 'Snelst Groeiende Multicopy-ondernemer van het Jaar'.

COMMUNI- CATIE ARCHITECT BOUWT AAN NIEUWE TOEKOMST

In Amsterdam transformeerde een voormalig kantoorpand tot het nieuwe Teleport Hotel. De visuele metamorfose die het gebouw daarbij zowel van binnen als aan de buitenkant onderging, was in handen van 'communicatiearchitect' Robert de Klijne. Zijn succesvolle entree op de grootformaatmarkt leverde hem de titel 'Snelst Groeiende Multicopy-ondernemer van het Jaar' op. Maikel Hemminga, Business Development Manager van Teleport Hotel, is onder de indruk van alle mogelijkheden die De Klijne in huis heeft.

JE MOET HET JE KLANTEN LATEN ZIEN EN ZE OP NIEUWE IDEEËN BRENGEN.

Robert de Klijne is niet bang om zijn koers te verleggen. In zijn 25 jaar als fotograaf schoot hij bijvoorbeeld ruim 1.500 huwelijks-reportages en nog veel meer portretten: "Maar met de digitalisering veranderde de waardering van consumenten voor professionele fotografie. Ik ben mij toen op de zakelijke markt gaan richten." Als Multicopy-ondernemer zet hij vervolgens in op het ondersteunen van bedrijven en organisaties in hun volledige communicatie-behoefte - naast fotografie en drukwerk behoren ook websites, promotionele producten en bedrijfskleding tot het portfolio.

Wanneer besloot je om ook in grootformaatproducties te stappen?

"In 2013 bezocht ik met Multicopy de jaarlijkse Sales Forum-bijeenkomst in Amerika. Daar werd zwaar ingezet op grootformaat als kansrijke groeiemarkt. Ik vernam daar dat Ricoh een grootformaatstelsel ontwikkelde met breed inzetbare latex-inkten. Ik was al met ze in gesprek over vervanging van onze productiesystemen, en uiteindelijk mocht ik, als een van de eerste bedrijven ter wereld, ook de nieuwe Ricoh Pro L4160 in mijn bedrijf testen."

Hoe overtuig je klanten van je nieuwe mogelijkheden?

"Eind 2014 verhuisde ik mijn vestiging Lansingerland in Berkel en Rodenrijs naar een nieuwe, grotere locatie op een bedrijventerrein. Daar heb ik een groot businesssevent georganiseerd met de showroom vol fantastische signtoepassingen, van vlaggen tot posters en complete wall coverings. Je moet het je klanten laten zien en ze op nieuwe ideeën brengen."

En dat is gelukt?

"In het voorjaar van 2015 was het onze doelstelling om onze sign-activiteiten met 15% te laten groeien. Aan het einde van het jaar waren die met wel 60% gegroeid, wat voor een groot deel te danken is aan onze Ricoh-oplossingen. Die grootformaatprinter met latexinkten is een echte allrounder, je kunt er alles mee." "Het mooie is dat de grootformaatactiviteiten ook weer ander werk aantrekken: opdrachtgevers vertrouwen ons steeds vaker hun complete communicatiepakket toe. Onze totale jaaromzet nam daardoor toe met zo'n 40% en daardoor zijn we de 'Snelst Groeiende Multicopy-ondernemer van het Jaar' geworden."

Kun je een voorbeeld uit de praktijk geven?

"Niet lang na ons Open Huis werd ik gebeld door Maikel Hemminga. Hij was gevraagd een hotel op te zetten in een kantoorpand bij Amsterdam Sloterdijk en nodigde me uit om eens te komen kijken, zodat ik misschien een reclamebord voor hem zou kunnen maken. Eenmaal daar, begon ik wat meer vragen aan hem te stellen: wat is de doelgroep, wat ga je doen? En daarover ben ik toen eens goed gaan nadenken."

"Het hotel richt zich op toeristen in Amsterdam, maar ligt wat buiten de stad op businesspark Teleport. Dus ik bedacht: dan haal je met mooie visuals de stad er alvast naartoe, zodat je de verbinding met 'hartje Amsterdam' legt. Bij het volgende contact heb ik mijn plannen op tafel gelegd - en meteen ook een nieuwe naam voorgesteld: Teleport Hotel."

Maikel Hemminga van Teleport Hotel. Hij vertelt: "Ik kende Robert wel al als ondernemer, maar we hadden nog geen zakelijk relatie. Ik was ook totaal niet op de hoogte van de mogelijkheden. Ik was dus blij verrast toen Robert daar passievol uitleg over gaf en zijn ideeën presenteerde." »





HOTEL TELEPORT



**IK STOND LAATST AL OP 35 METER
HOOGTE OM TE KIJKEN HOE WE DAAR
OVER 16 METER BREEDTE LICHTLETTERS
VAN ANDERHALVE METER HOOG GAAN
NEERZETTEN. EN OOK DAAR GAAN WE
HET LICHTPLAN, DE VLAGGEN, DE WALL
COVERINGS EN DE MENUKAARTEN
VERZORGEN.**

Hoe pak je zo'n project aan, Robert?

"De opdrachtgever heeft een team samengesteld en daarmee zijn we aan de slag gegaan. We hebben de buitenkant van het pand een nieuwe uitstraling gegeven door met allerlei signelementen te werken, zoals vlaggen en lichtreclames. Maar we hebben ook de muren en de kozijnen onder handen genomen en paarse hoeken op het hotel gezet. Zo onderscheiden we ons goed van de hotels in de omgeving.

Aan de binnenkant werken we heel veel met beeld: van de grachten, van musea en de stad. In de kamers alleen al hangen meer dan vierhonderd foto's op canvas. Maar we hebben ook complete wanden voorzien van fullcolourbeelden. Bij wijze van proef hebben we de entreeuren van het hotel beplakt met folie en we bekijken nu of we ook alle andere deuren zullen aanpakken. En we gaan de keukendeurtjes in de kamers voorzien van schoolbordfolie. Het is een heel creatief en dynamisch concept geworden, waarbij ook steeds weer nieuwe ideeën ontstaan. Bovendien maken we ondertussen ook alle deurhangers, placemats, keycardhoesjes en de waterflesjes voor het hotel. En ik heb natuurlijk de fotografie voor de website verzorgd."

Welke resultaten heeft de samenwerking voor het hotel opgeleverd, Maikel?

"De samenwerking verloopt in één woord geweldig. Robert werkt met zoveel passie en creativiteit dat het aanstekelijk werkt. Hij heeft allerlei verrassende oplossingen aangedragen: de naam van het hotel, de huisstijl, de verdere branding... hij heeft de identiteit van Teleport helpen vormgeven. We voeren het concept nu steeds verder uit en gebruiken de huisstijl ook in onze volgende projecten. En klanten weten het te waarderen, met goede reviews op verschillende boekingsites."

Er komen ook Teleport Hotel-vestigingen in Den Haag en Rotterdam, vertelt Robert: "Ik stond laatst al op 35 meter hoogte om te kijken hoe we daar over 16 meter breedte lichtletters van anderhalve meter hoog gaan neerzetten. En ook daar gaan we het lichtplan, de vlaggen, de wall coverings en de menukaarten verzorgen."

Voorzie je verdere groei, Robert?

"We doen met dit project enorm veel ervaring op en daardoor kunnen we ook steeds meer betekenen voor andere opdrachtgevers. Om te kunnen blijven groeien hebben we onder andere geïnvesteerd in ons CRM-systeem, maar ook in mensen: ik heb het team versterkt met een medewerker voor de verkoop binnendienst, een creatieve dtp'er en een signstagiair van het Grafisch Lyceum Rotterdam. We hebben een eigen montagebus aangeschaft, zodat we zelf alles ook op locatie kunnen regelen.

Als het printvolume op deze manier blijft toenemen, zal er op termijn een tweede grootformaatmachine bij moeten komen. Met de nieuwe generatie latexinkten van Ricoh, die wij hebben getest, kunnen we nog meer substraten verwerken. Bovendien zie ik mogelijkheden voor een flatbedprinter, waarmee we direct op plaatmateriaal kunnen printen. We zetten verder al wat stappen richting digitale signage, ook daar moet je als 'communicatie-architect' natuurlijk bij zijn. Je moet je opdrachtgevers een compleet pakket kunnen bieden - want soms begint een project met alleen maar de vraag naar een reclamebord." ■



#7

BIG DATA & PRIVACY